



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи



05-08-67

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійної роботи
з навчальної дисципліни

"Ринок туристичних послуг"

для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання

Рекомендовано
науково-методичною комісією
зі спеціальності 242 «Туризм»
Протокол № 1 від 05.09.2018 р.

Рівне – 2018



Методичні вказівки до самостійної роботи з навчальної дисципліни «Ринок туристичних послуг» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання / Кушнір Н.Б., Коротун С.І., Конарівська О.Б. – Рівне : НУВГП, 2018. – 18 с.

Укладачі: Укладачі: Кушнір Н.Б., канд. екон. наук, професор кафедри економіки підприємства; Коротун С. І., канд. геогр. наук, доцент, кафедри туризму та готельно-ресторанної справи; Конарівська О. Б., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Відповідальний за випуск – Коротун С. І., канд. геогр. наук, доцент, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи.

Зміст

Вступ.....	2
Дослідження основних тенденцій розвитку світового ринку турпослуг.....	4
Оцінка тенденцій та структури змін ринку турпослуг України.....	4
Кон'юнктурний аналіз туристичного ринку регіону (області)	5
Вимоги до оформлення роботи	5
Написання реферативних виступів	6
Завдання для самостійної реферативної роботи	8
Опрацювання теоретичного матеріалу	9



ВСТУП

Для опанування матеріалом дисципліни «Ринок туристичних послуг» окрім лекцій, практичних (семінарських) занять, тобто аудиторної роботи, значну увагу необхідно приділяти самостійній роботі. Самостійна робота студентів є безумовно важливою складовою частиною навчального процесу, що сприяє активізації засвоєння знань, умінь та навичок студентами та їх практичній реалізації, допомагає формуванню у студентів уміння навчатися, та водночас є високоефективним засобом опанування навчального матеріалу у вільний від обов'язкових навчальних занять час.

Метою самостійної роботи студентів є сприяння засвоєнню навчальної програми дисципліни «Ринок туристичних послуг» в повному обсязі, формування самостійності як особистісної риси та важливої професійної якості, сутність якої полягає в умінні планувати, організовувати, систематизувати та контролювати власну перспективну та повсякденну діяльність.

Найважливішим завданням даної навчальної дисципліни є сприяння персоналу підприємств туристичної галузі в організації діяльності та оперативній адаптації до змін, котрі постійно відбуваються у зовнішньому середовищі організації.

Основні види самостійної роботи студента:

1. Вивчення додаткової літератури.
2. Підготовка до семінарських занять.
3. Написання реферативних виступів
4. Виконання індивідуальних контрольних робіт
5. Підготовка до проміжного та підсумкового контролю.

Самостійна робота з предмету «Ринок туристичних послуг» сприяє оволодінню матеріалу і одночасно контролює знання студентів.

Самостійна робота студентів спрямована на досягнення поставленої мети через виконання відповідних завдань, а саме:

Метою виконання індивідуальної контрольної роботи є формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо механізмів та умов функціонування ринку туристичних послуг, аналізу його кон'юнктури, типологізації ринку.

Структура індивідуальної контрольної роботи визначається метою і складається з трьох самостійних частин (3-х розділів).



ДОСЛІДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ТУРПОСЛУГ

Методичні рекомендації:

Об'єктом дослідження є світовий ринок туристичних послуг як складова глобального світового ринку.

Предметом дослідження є економічні та організаційні засади, методичні та практичні аспекти механізму розвитку світового ринку туристичних послуг у сучасних умовах регіональних трансформаційних процесів.

- визначити сутність, еволюцію розвитку та види міжнародного туризму як особливого виду послуг у сучасній системі міжнародних економічних відносин;

- дослідити особливості напрямків і шляхів впливу міжнародного туризму на стан національної економіки та світового господарства;

- проаналізувати особливості функціонування світового ринку

- туристичних послуг та розвитку процесів транснаціоналізації та глобалізації у світовій туристичній індустрії;

- дослідити сучасні регіональні трансформаційні зрушення світового ринку туристичних послуг та визначити чинники, що їх спричиняють;

- визначити шляхи удосконалення механізму подальшого функціонування світового ринку туристичних послуг відповідно до тенденцій розвитку світового господарства і міжнародних економічних відносин.

ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ ТА СТРУКТУРИ ЗМІН РИНКУ ТУРПОСЛУГ УКРАЇНИ

У другому розділі «Оцінка тенденцій та структури змін ринку турпослуг України» визначити й проаналізувати сучасні тенденції розвитку національного ринку туристичних послуг, дослідити трансформацію регіональних змін та оцінити основні показники розвитку туристичного ринку України в контексті його включення у світовий ринок туристичних послуг.

Методичні рекомендації:

Об'єктом дослідження є національний ринок туристичних послуг.



Предмет дослідження – трансформаційні зміни та типологічна структура туристичного ринку України.

- проаналізувати динаміку та визначити основні тенденції і закономірності розвитку туристичного ринку України в сучасних умовах глобалізаційних процесів;
- обґрунтувати напрями оптимізації участі України у світовому ринку туристичних послуг з урахуванням його структурних зрушень та загальносвітових тенденцій;
- обґрунтувати необхідні заходи щодо забезпечення конкурентоспроможності національної туристичної галузі з урахуванням перспективних напрямків розвитку світового ринку туристичних послуг.

КОН'ЮНКТУРНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ РЕГІОНУ (ОБЛАСТІ)

Методичні рекомендації:

Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг певного регіону, у нашому випадку конкретної області порядковий номер якої збігається із порядковим номером студента у журналі .

Предметом дослідження є кількісна та якісна видозміна структурних одиниць регіонального туристичного ринку, мотиваційна структуру поїздок та рух туристичних потоків

- провести аналіз основних трансформаційних змін регіонального туристичного ринку в період 2000-2017 роки; дослідити рух туристичних потоків,
- вивчити мотиваційну структуру поїздок, вплив ендегенних та екзогенних чинників,
- визначити кількісну видозміну структурних одиниць ринку.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ

До структури індивідуальної контрольної роботи входять: титульний аркуш та зміст, приклади оформлення яких наведені у додатку А; виклад досліджень, додатки, перелік використаної літератури, інших джерел інформації.

Рекомендований обсяг висвітлення кожного питання – 10-15 стор. при загальному обсязі виконаного індивідуального завдання 40-45



стор. При цьому якісною слід вважати проробку кожного питання на основі аналізу не менше ніж 4-6 джерел.

Роботу виконують як у друкованому вигляді на аркушах формату А-4, пронумерованих і скріплених належним чином, так і за допомогою для подальшої її презентації.

У кінці самостійної роботи після переліку використаної літератури, слід поставити дату виконання і підпис.

Порядок рецензування та зарахування індивідуальної контрольної роботи визначається критеріями оцінок:

Критерії оцінювання роботи

Згідно орієнтовної оцінки видів навчальної діяльності студентів за модулями навчальної дисципліни, формою контролю з якої є поточний модульний контроль та затвердженій структури навчальної дисципліни індивідуальна робота студентів максимально оцінюється в 30 балів (по 10 балів за розділ).

Виконання індивідуальної роботи виконується у вигляді реферативної роботи .

У разі не дотримання графіку здачі індивідуальної роботи оцінюється в 0 балів.

НАПИСАННЯ РЕФЕРАТИВНИХ ВИСТУПІВ

Вимоги до оформлення реферативних виступів студентів.

До структури самостійної роботи входять: титульний аркуш та зміст, приклади оформлення яких наведені у додатку А; змістовні відповіді на питання; перелік використаної літератури, інших джерел інформації.

Рекомендований обсяг висвітлення кожного питання – 8-12 стор. при загальному обсязі виконаного індивідуального завдання 20-24 стор. При цьому якісною слід вважати проробку кожного питання на основі аналізу не менше ніж 4-6 джерел.

Реферативну роботу виконують, як правило, у друкованому вигляді на аркушах формату А-4, пронумерованих і скріплених належним чином. Можливо також виконання завдання чорнилом, чітким і розбірливим почерком на аркушах формату А-4. На кожній сторінці залишають поля для зауважень рецензента.



Відповіді на питання повинні бути чіткими, повними, з посиланням на джерела інформації, за необхідності пояснюватися рисунками, схемами, ескізами, графіками.

У кінці самостійної роботи після переліку використаної літератури, слід поставити дату виконання і підпис.

Порядок рецензування та зарахування реферативної роботи визначається критеріями оцінок:

Критерії оцінювання реферативної роботи

Згідно орієнтовної оцінки видів навчальної діяльності студентів за модулями навчальної дисципліни, формою контролю з якої є поточний модульний контроль та затвердженої структури навчальної дисципліни самостійна робота студентів максимально оцінюється в 10 балів.

Виконання самостійної роботи у вигляді реферативної роботи

„9 – 10 балів» – студент володіє темою та проблематикою роботи, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, використовує широке коло наукових праць, і його самостійна робота відповідає всім вимогам щодо оформлення. Робота написана на практичних матеріалах підприємства з чітко викладеною теоретичною частиною, ґрунтовним дослідженням практичної сторони та містить доречні висновки. При захисті студент демонструє обґрунтовані, глибокі та теоретично правильні відповіді на поставлені питання.

„7 – 8 балів» – студент володіє темою та проблематикою роботи, здійснює самостійний аналіз опрацьованого матеріалу, використовує широке коло наукових праць, проте допускає певні неточності у трактуванні окремих проблем і досить лаконічно узагальнює теоретичний матеріал. В роботі спостерігаються незначні недоліки щодо її оформлення.

„5 — 6 балів»- студент орієнтується в тематиці роботи, але не може чітко зробити висновки. Зміст теоретичної та практичної частин роботи частково не відповідає вимогам. При захисті студент дає на окремі питання малообґрунтовані, неповні відповіді і лише з допомогою викладача може виправити допущені помилки.

„3 – 4 балів» – студент не орієнтується в проблемі теми дослідної роботи, показав незадовільну теоретичну підготовку. Практична частина роботи відсутня або не відповідає обраній тематиці. При захисті дає неправильні відповіді, допускається грубих помилок і не може їх виправити. У разі не дотримання графіку здачі самостійної роботи оцінюється в 0 балів.



ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РЕФЕРАТИВНОЇ РОБОТИ

1. Ринок туристичних послуг та його територіальна організація.
2. Структура та типологія національних туристичних ринків.
3. Розвиток світового ринку туристичних послуг.
4. Останні тенденції розвитку світового туристичного ринку.
5. Тенденції, проблеми і перспективи розвитку національного ринку туристичних послуг.
6. Вплив макроекономічної ситуації на розвиток туризму в Україні.
7. Кластерна модель як інноваційна форма організації туристичного бізнесу.
8. Організаційна структура туристичних кластерів.
9. Стратегії виходу українських туристичних підприємств на зовнішні ринки.
10. Процеси транснаціоналізації та глобалізації в міжнародному туризмі.
11. Механізми використання культурної спадщини Карпатського регіону при формуванні туристичного продукту.
12. Особливості інвестування в туризмі.
13. Концесійний договір як інноваційна форма інвестування туристичної сфери.
14. Лізинг в туризмі.
15. Загальні принципи та види оподаткування туристичної діяльності.
16. Інтернет як засіб просування туристичних послуг.
17. Особливості використання інформаційної інфраструктури у туристичній індустрії України.
18. Кон'юнктура як інструмент оцінки стану ринкового середовища.
19. Механізм державного регулювання туристичного ринку.
20. Маркетингові механізми впливу на функціонування туристичного ринку.
21. Проблеми і особливості розвитку бренд-менеджменту на українському ринку.
22. Іміджбилдингові технології в туристичній галузі.
23. Імідж України очима іноземних споживачів.



24. Взаємозв'язок між туристичним бізнесом і нелегальною трудовою міграцією громадян України до ЄС.
25. Сегментація туристичного ринку.

ОПРАЦЮВАННЯ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

Тема 1. Функціонування ринку туристичних послуг

1. Особливості туристичного ринку, аналіз його структури, об'єкт, суб'єкт ринку.
2. Показники туристичного ринку.
3. Механізм функціонування ринку турпослуг.
4. Систематизація факторів, що впливають на розвиток туристичного ринку.

Рекомендована література:

1. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. Москва: ИПК госслужбы, 1998. 203 с.
2. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. Москва: Пресс-Соло, 2002. 384 с.
3. Гаврилюк С.П. Соціально-економічна природа та особливості ринку туристичних послуг. *Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах*. Київ, 2004. С. 199-203.
4. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні : навчальний посібник Донецьк, 2008. 181 с.
5. Данильчук В.Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса. Донецк: ДИТБ, 2000. 146 с.
6. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 298 с.
7. Ковешніков В.С. Особливості товарної політики на туристичному ринку. *Наукові записки КУТЕП*. Вип.3. Київ: Знання України, 2003. С. 287289.
8. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
9. Монтехано Х.М. Структура туристического рынка. Смоленск: СГУ, 1997. 230 с.
10. Никоненко Т.Н. Процесс глобализации туристического рынка // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – Київ: КУТЕП, 2005. С.177-179.



Тема 2. Інфраструктура туристичного ринку

1. Поняття і суть ринкової інфраструктури.
2. Визначення поняття «інфраструктура туризму».
3. Елементи інфраструктури туризму.
4. Інформаційна інфраструктура туризму.

Рекомендована література:

1. Беленський П. Ю. Ринкова інфраструктура і проблеми економічного розвитку в умовах формування конкурентного середовища. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період*. Львів, 2000. Вип. 11. Інвестиції і реструктуризація економіки регіону. С.8-21.
2. Біла І. С. Ринкова інфраструктура в Україні. *Соціально-економічні наслідки ринкових перетворень у постсоціалістичних країнах: матеріали міжнародної наук. конф (Черкаси, 24-26 вересня 2003 р.)*. Черкаси, 2003. С.143-144.
3. Верланов Ю. Ю. Інфраструктура: поняття, погляди на самоорганізацію. Києво-Могилянська Академія. Миколаїв. філія. Наукові праці. Миколаїв, 1998. Т.1. С.5-9.
4. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник. Донецьк, 2008. 181 с.
5. Козинський С. М. Інфраструктура ринку в умовах перехідної економіки. *Ринкові важелі та стимули розвитку господарчих систем*. Одеса, 1997. С.54-55.
6. Матвеев Є. Е. Інформаційна інфраструктура ринків в умовах глобалізації. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період*. Львів, 2002. Вип.6 (37): Транскордонне співробітництво, ринкова інфраструктура та фінансово-інвестиційна діяльність. С.395-408.
7. Мішенкова К. В. Інфраструктура ринку туристичних послуг України: проблеми та перспективи розвитку. *Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах*. К., 2003. С.225-232.
8. Нестеренко С. В. Інфраструктура ресторанного господарства в кризових умовах. *Торгівля і ринок України*. Донецьк, 2010. Вип.30, т.2. С.167-173.
9. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко та ін.; за ред. І. М. Школи. Чернівці: Книги ХХІ, 2005. 594 с.

10. Пандяк І. Особливості використання інформаційної інфраструктури у туристичній індустрії України. *Вісник*. Львів, 2006. Вип.33. С.310-314.

Тема 3. Методичні засади дослідження ринку туристичних послуг

1. Моделі функціонування і розвитку туристично-рекреаційних систем.
2. Однокритеріальні моделі.
3. Багатокритеріальні моделі.
4. Модель оптимального інвестування туризму.
5. Моделі прогнозування попиту на короткостроковий та довгостроковий період.
6. Стратегічний аналіз ринку.
7. Кон'юнктурний аналіз.

Рекомендована література:

1. Благун І. С., Сисак Л. І., Солтисік О. О. Моделювання сталого розвитку регіону. Прикарпатський національний ун-т ім. Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2006. 166 с.
2. Бондарев В.Н., Аде Ф.Г. Искусственный интеллект. Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2002. 615 с.
3. Буянов В. П., Хачарян М. В., пинегина М. В. Методы и модели решения экономических задач. Москва: Экзамен, 2005. 385с.
4. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. Пер. с нем. Москва: АО «Интерэксперт», Экономика, 1995. 344 с.
5. Варченко О.М. Методичні підходи до дослідження ринкової кон'юнктури регіональних продовольчих ринків. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 12. С.11-19.
6. Волкова В. Н., Денисов А. А. Основы теории систем и системного анализа. Спб.: Изд. СПбГТУ, 1999.
7. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування / В. М. Гаєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк, В. В. Іванов, Н. А. Дубровіна. Харків: ХНЕУ: Інжек, 2005. 396с.
8. Глибовець М. М., Отецький О. В. Штучний інтелект. Київ: Вид. дім «КМ Академія», 2002. 366 с.

9. Дмитришин Л.І., Данилець Б. М. Аналіз підходів до моделювання процесу та оцінки рівня життя населення. *Моделювання регіональної економіки*: зб. наук. праць. Івано-Франківськ: Плай, 2008. №1(11). С.18-28.
10. Дубенюк Я.А. Туристичний мультиплікатор як комплексний показник розвитку туристичної галузі. *Регіональні проблеми розвитку туризму та рекреації*. зб. наук. пр.). Донецьк: Юго-Восток, 2005. С.61-69.
11. Ефименко М. Исследование подходов к сегментации потребителей. *Маркетинговые исследования в Украине*. 2007.- №1. С. 52-56.
12. Забалдіна Ю. Б. Методи дослідження кон'юнктури регіональних ринків туристичних послуг. *Туризм, курорты и наука: материалы второй республиканской научно-практической конференции Симферополь: ТНУ, 2004. С.94-99.*
13. 14.Іванова Л. О. Фактори формування і розвитку економічної ринкової кон'юнктури: текст лекції з курсу «Кон'юнктура ринків» для самост. вивч. студ. екон. спец. Укоопспілка, Львів. комерц. Акад., Львів, 2004. 27 с.
14. Кратт О. А. Кон'юнктурне дослідження: періодизація динаміки. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. Луганськ, 2003. № 10. С.127-137.
15. Крофт М. Дж. Сегментирование рынка. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. 128 с.
16. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
17. Решетнікова Г. Сегментування ринку за допомогою сучасних методів математичного моделювання. *Маркетинг в Україні*. 2007. №4. С.25-27.

Тема 4. Оцінка тенденцій та структури змін регіонального ринку

Аналіз статистичної звітності по формі №1-ТУР (2000-2017 рр.):

- динаміка туристичних потоків,
- аналіз мотиваційної структури поїздок,
- вплив ендогенних та екзогенних чинників.

Рекомендована література:



1. Варченко О.М. Методичні підходи до дослідження ринкової кон'юнктури регіональних продовольчих ринків. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 12. С.11-19.

2. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів. *Економіст*. 2008. жовтень №10. С.27-30.

3. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: *Статистичний бюлетень*. Київ: Державний комітет статистики України, 2005. С.89-94.

4. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: статистичний бюлетень. Київ: Державний комітет статистики України, 2010. 193с.

5. Забалдіна Ю. Б. Методи дослідження кон'юнктури регіональних ринків туристичних послуг: *Туризм, курорти и наука*: матеріали второй республиканской научно-практической конференции. Симферополь: ТНУ, 2004. С.94-99.

6. Іванова Л. О. Фактори формування і розвитку економічної ринкової кон'юнктури: текст лекції з курсу «Кон'юнктура ринків» для самост. вивч. студ. екон. спец. Укоопспілка, Львів. комерц. Акад. Львів, 2004. 27 с.

7. Карпов В. А., Кучеренко В. Р. Маркетинг прогнозування кон'юнктури ринку: навч. посіб. для студентів екон. спец. вищ. навч. закл. Київ: Знання, 2001. 215 с.

8. Кратт О. А. Кон'юнктурне дослідження: періодизація динаміки. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. Луганськ, 2003. №10. С.127-137.

9. Ліпич Л. Г., Кошій О. В. Економічна кон'юнктура: механізм формування та методологічні підходи до оцінювання. Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Л.Українки, 2009. 217 с.

10. Патерова А.А. Гостиничный рынок Украины: проблемы и перспективы развития. *Індустрія гостинності у країнах Європи*: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. (4-6 грудня 2009 р. Сімферополь- Ялта). Сімферополь, 2009. С.170-173.

11. Погребняк Ю.В., Кон'юнктура и развитие рынка туристических услуг. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*: зб. наук. пр. Одеса, 2005. Вип.21. С.164 -175.



Тема 5. Основні тенденції розвитку національного ринку

турпослуг

1. Державне регулювання галузі туризму.
2. Вплив макроекономічної ситуації на розвиток туризму в Україні.
3. Оцінка трансформаційних змін ринку турпослуг України.

Рекомендована література:

1. Агафонова Л.Г. Проблеми державного регулювання розвитку туризму в Україні. *Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози*. Київ: КУТЕП, 2005. С.521-526.
2. Галасюк С. С. Аналіз рівня конкурентоспроможності регіонального ринку туристичних послуг. *Вісник Хмельницького національного університету*. Хмельницький, 2010. Вип.2. С.89-93. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/galasjuk14.htm
3. Андрушків В. П. Проблеми залучення інвестицій на ринок туристичних послуг України. *Вісник Львівського національного університету*. Серія Економічна, 2005. Вип.19 С.435-438.
4. Балабанов Г. В. Тенденції, проблеми і перспективи розвитку національного ринку туристичних послуг: регіональний аспект.: матеріали всеукр. наук. конф., Київ, 18-19 лист. 2010 року. / МОН України, Нац. авіац. ун-т / редкол.: Балабанов Г. В. та ін. Київ: Нац. авіац. ун-т, 2010. – 311 с.
5. Біль М.М. Особливості державного регулювання розвитку туристичного підприємництва в Україні. *Вісник Львівського інституту економіки туризму*. Апріорі, 2008. №3. 244с. С. 42-46.
6. Вареник Н. Конгрес-холи та апарт-готелі нині в дефіциті. *Дзеркало тижня*. 2010. 27 березня – 2 квітня, №12 (792). С.23.
7. Готелі та інші місця для тимчасового проживання: *Статистичний бюлетень*. Київ: Державний комітет статистики України, 2010-2017.
8. Захарін С. Туреччина починає, Єгипет продовжує, Україна... відпочиває? *Дзеркало тижня*. 2007. 13-19 січня, № 1 (630). С.23.
9. Кобко В.І. Ринок і його державне регулювання: теорія та досвід практичної реалізації. *Теорія і практика перебудови економіки*. – Черкаси, 1999. С. 59-62.
10. Патерова А. А. Гостиничный рынок Украины: проблемы и перспективы развития. *Индустрия гостинности у краінах Європи*: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. (4-6 грудня 2009 р. Сімферополь-Ялта) Сімферополь, 2009. С.170-173.



11. Погребняк Ю.В. Конъюнктура и развитие рынка туристических услуг. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*: зб. наук. праць. Одеса, 2005. Вип.21. С.164 -175.
12. Серова І. А., Мирна Т. С. Дослідження і прогнозування економічної кон'юнктури: конспект лекцій. МОН України, Харк. нац. екон. ун-т. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. 91 с.
13. Туристичні потоки (2000-2017 pp.) URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
14. Шульгіна Л.М. Макроекономічна ситуація як фактор розвитку туризму в Україні. *Маркетинг в Україні*. 2004. №4. С.15-22.
15. Шульгіна Л.М. Сегментація вітчизняних споживачів закордонного туристичного продукту. *Маркетинг в Україні*. 2005. №6 С. 41 – 47.

Тема 6. Оцінка тенденцій та структури змін світового ринку турпослуг

1. Аналіз тенденцій розвитку світового туристичного ринку.
2. Стратегічні альянси як основа подальшого розвитку світової туристичної галузі

Рекомендована література:

1. Виноградська А.М. Туризм та сучасні технології. *Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах*. Київ, 2002. С.36-39.
2. Гайдук А.Б. Туризм как одна из сфер внешнеэкономической деятельности. *Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект*. Донецк, 1998. С. 151-154.
3. Гайдук А.Б. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств. *Регіональна економіка*. 2003.-№1. С. 227-233.
4. Добровольська А. Современные путешественники хотят испытать все. Київ: Заграница. 2007. №19 С.10.
5. Погребняк Ю.В. Конъюнктура и развитие рынка туристических услуг. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*: зб. наук. праць. Одеса, 2005. Вип.21. С.164 -175.
6. Подчаха О.Ю. Перспективи розвитку ділового туризму в країнах Європи. *Індустрія гостинності у країнах Європи*: матеріали III міжнар.

Національний університет
наук.-практ. конф. (4-6 грудня 2009 р. Сімферополь-Ялта) –
Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. С.51-53.

7. Серьогін О. Ю. Аналіз відповідності основних положень Генеральної угоди про торгівлю послугами Світової організації торгівлі потребам розвитку туристичної галузі України. *Науковий вісник*. Вип.8: Зовнішня політика та дипломатія: витоки, традиції, новації. Київ, 2003. С.389-394.

8. Сніцарева Д. TEZ TOUR: діловий підхід до ділового туризму. *Дзеркало тижня*. 2009. 30 травня -5 червня, № 19 (747). С.23.

Тема 7. Умови виходу на світовий туристичний ринок

1. Моделі просування послуг на ринку.
2. Маркетингові механізми впливу на функціонування туристичного ринку.
3. Стратегія виходу України на світовий ринок туристичних послуг.
4. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств як засіб реалізації зовнішньо- економічного курсу України.

Рекомендована література:

1. Агафонова Л. Г., Каролоп О. О. Тенденції стратегічного розвитку туризму в Україні. *Проблеми якості у громадському харчуванні, готельному господарстві і туризмі*: зб. наук. пр. / Київський держ. торг.-екон. ун-т / Редкол.: Пересічний М.І. (відп. ред.) та ін. Київ, 2000. С.87-95.

2. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие. Москва: Финансы и статистика, 2001. 320 с.

3. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник. Донецьк, 2008. 181 с.

4. Дурович А. П. Маркетинг в туризме. Минск: Новое знание, 1998. С.205-217.

5. Карп В. С. Особливості організаційних стратегій виходу іноземних компаній на туристичний ринок України. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Київ, 2007. Вип.69, ч.2. С. 162-165.

6. Ковальчук Н. С. Проблеми виходу України на світовий ринок послуг. *Сучасні економічні проблеми розвитку підприємництва*. Київ, 2000. С.37-41.

7. Лугова О. В. Туристична галузь України як об'єкт іноземного інвестування. *Економіка і підприємництво: стан та перспективи*. Київ, 2003. .264-270.

8. Серьогін О. Ю. Аналіз відповідності основних положень Генеральної угоди про торгівлю послугами Світової організації торгівлі потребам розвитку туристичної галузі України. *Науковий вісник*. Вип.8: Зовнішня політика та дипломатія: витоки, традиції, новації. Київ, 2003. С.389- 394.

9. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко та ін.; за ред. І. М. Школи. Чернівці: Книги XXI, 2005. 594 с.

Тема 8. Бренд-менеджмент в туризмі

1. Поняття бренда та його життєвий цикл.
2. Алгоритм створення і просування бренду.
3. Технології державного брендингу.
4. Вивчення закордонного досвіду.

Рекомендована література:

1. Андробченко Л. О. Бренд-менеджмент як елемент вартісно-орієнтованого управління підприємством. *Науковий вісник*. Одеса, 2008. № 13 (69). С. 104-116.

2. Власенко О. О. Бренд як основа довготривалого існування товару на ринку. *Наукові праці*. Київ, 2006. №19, ч.1: Маркетинг. Інвестиції. Інновації. С.9-11.

3. Гейер Г. В. Бренд как специфический фактор повышения конкурентоспособности. *Економіка: проблеми теорії та практики*. Донецьк, 2006. Вип.217, т. 1. С.59-67.

4. Головка А. Я. Брендинг в Україні: генеза та перспективи. *Формування ринкових відносин в Україні*. Київ, 2008. Вип. 5 (84). С. 82-85.

5. Горбуліна О. Проблеми і особливості розвитку бренд-менеджменту на українському ринку. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Київ, 2008. Вип. 74, ч. 2. С.168-170.

6. Греднєва Т. Бренд как визуальный образ. *Молода мистецька наука України*. Харків, 2004. № 6. С.24-35.

7. Ковалевська А. В. Проблема конгруентності бренд-ергоніма та рекламного слогана. *Записки з ономастики*. Одеса, 2005. Вип.9. - С.55-62.



8. Личова Г. Міжнародний імідж України очима американських експертів. *Маркетинг в Україні*. Київ, 2007. №5. С.51-54.
9. Малинка О.Я. «ДНК» бренду як система збереження, відтворення і передачі інформації до споживача. *Маркетинг в Україні*. 2006. №1. С. 35-38.
10. Нестерова Ю. В. Бренд як актив підприємства. *Економічний вісник*. Київ, 2007. № 4. С.257-262.
11. Норіцина Н.І. Концептуальні основи формування бренда на українському ринку. *Актуальні проблеми економіки*. 2001. № 3-4. С.40-46.
12. Пригорницькая С. С. Брендинг, методики и технологии разработки: *Державне управління процесами життєдіяльності і галузевого розвитку регіону*. зб. наук. праць. Донецьк, 2003. Т.4: Сер.: Державне управління, Вип.25. С.282-288.
13. Сабірова І. М. Брендинг і його зв'язок з маркетингом. *Наука і молодь*. Вип.4: Гуманітарна серія. Київ, 2004. С.27-30.
14. Репіна І. М. Бізнес-активи: бренд. *Збірник наукових праць*. Черкаси, 2008. Вип. 19, ч. 1. С. 38-41.
15. Римаренко М. В. Бренд-менеджмент: поняття бренда та його життєвий цикл. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Київ, 2002. Вип.35, ч.2. С.186-188.
16. Шевченко Г. В. Бренд-стратегії уряду США у формуванні міжнародного іміджу країни. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Київ, 2009. Вип. 85, ч. 1. С. 103-113.
17. Ястремська О. М., Ястремська О. О. Бренд-менеджмент : навч. посіб.. МОН України, Харк. нац. екон. ун-т. Харків: ХНЕУ, 2010. 163 с.